

Fresón Berries



valencia fruits •
dossier

Fortuna y Rociera pierden peso en el reparto varietal de Huelva

Variedades con menos representatividad irrumpen en el panorama fresero de la provincia de Huelva en una búsqueda de nuevas candidatas para renovar las especies actualmente usadas de forma mayoritaria

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de Producción Ecológica, Ifapa, ha publicado su informe sobre la "Estimación de la Distribución Varietal en el Cultivo de Fresa en Huelva. Campaña 2022-2023", donde se pone de manifiesto que "la elección de la variedad a plantar cada campaña continúa siendo uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta en el cultivo de la fresa".

Si bien los productores auguraban una campaña complicada por cuestiones como la sequía o la subida de costes, los datos de superficie recogidos por la Asociación de Productores y Exportadores de la Fresa y los Frutos Rojos de Huelva, Freshuelva, reflejaban unos datos muy similares a los de la temporada precedente. De hecho, en Huelva, este año la superficie plantada de fresa ha presentado un ligero ascenso de un 2% en relación a 2022, hasta alcanzar las 6.777 hectáreas.

El incremento de empresas de mejora genética interesadas en desarrollar variedades adaptadas a Huelva continúa siendo una realidad, como también lo es el hecho de que cada una de ellas participa con un mayor número de variedades registradas o en vías de registro. Esta situación permite un continuo enriquecimiento de la ya amplia propuesta varietal existente, permitiendo a las empresas del sector diseñar un calendario de producción acorde con sus necesidades comerciales.

CAMBIO EN EL REPARTO

Hasta la campaña pasada, las dos variedades más cultivadas, Fortuna y Rociera, ocupaban una parte importante del total, en concreto un 47,6%. No obstante, este predominio se ha ido debilitando en los últimos años: en la campaña 2020-2021 sumaron el 56,7%, en la 2019-2020 el 61,8% y en la campaña 2018-2019 un 75,4% del total de las plantas en producción. En la actual campaña este valor ha bajado de manera importante, de tal manera que la suma de las dos

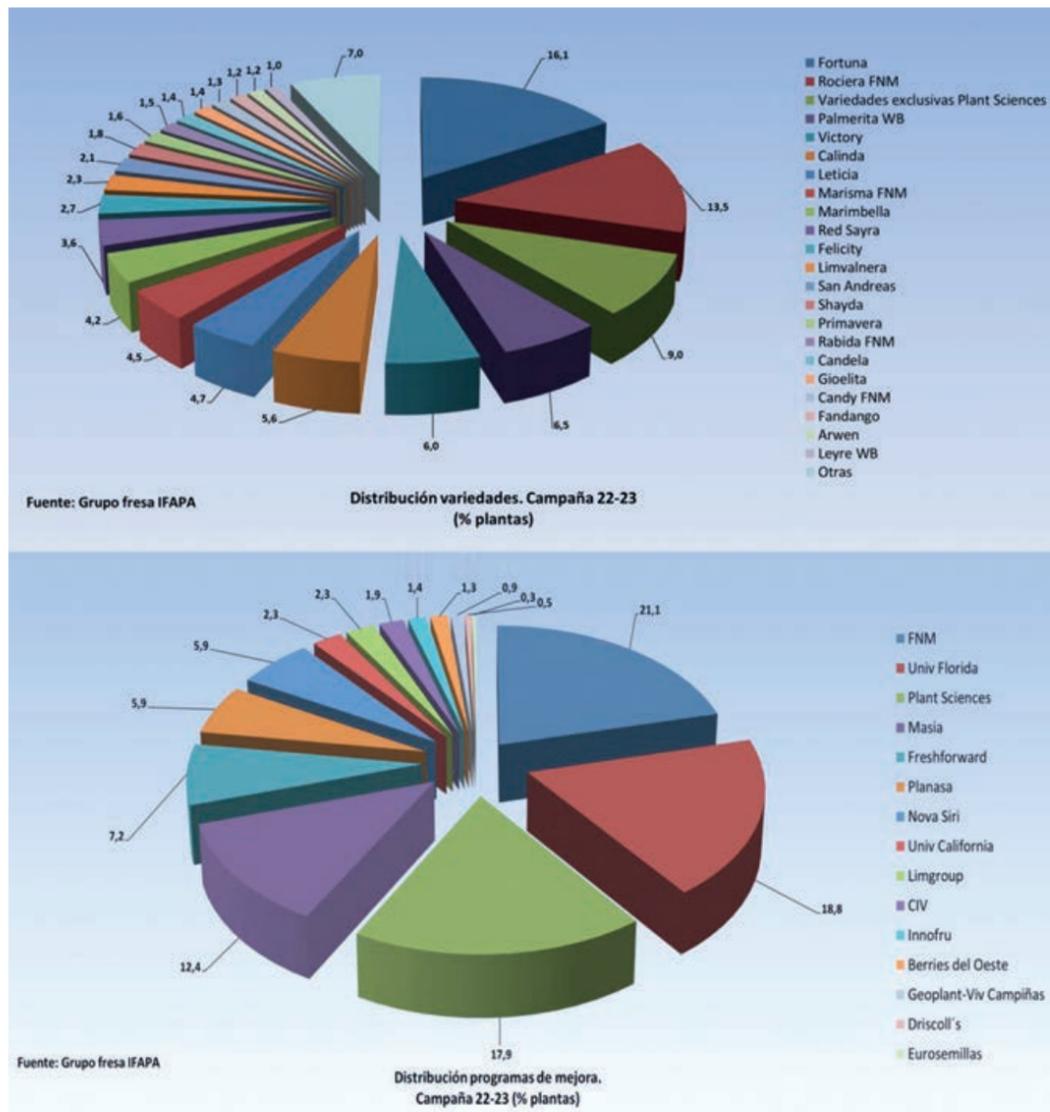


Figura 1: Distribución varietal (% de plantas) durante la campaña 2022-2023 en la provincia de Huelva.

Figura 2: Programas de mejora con influencia en Huelva (% de plantas) en la campaña 2022-2023. / FUENTE: IFAPA

variedades mayoritarias se sitúa en un 29,6%.

Entrando en un análisis un poco más detallado se observa que esta pérdida de peso por parte de las variedades más cultivadas va acompañada del auge y la introducción de nuevos tipos de fresa con menos representatividad (entre el 1,5 y el 10%) que invitan a pensar en una búsqueda de nuevas candidatas para renovar las variedades actualmente usadas de forma mayoritaria.

RANKING VARIETAL

Fortuna, de la Universidad de Florida, sigue siendo la varie-

Hasta la campaña pasada, las dos variedades más cultivadas, Fortuna y Rociera, ocupaban una parte importante del total, concretamente un 47,6%, pero el porcentaje de este año ha caído hasta el 29,6%

Entrando en un análisis un poco más detallado se observa que esta pérdida de peso por parte de las variedades más cultivadas va acompañada del auge y la introducción de nuevos tipos de fresa con menos representatividad (entre el 1,5 y el 10%)

Se constata una importante subida en el caso de la variedad Marisma, de Fresas Nuevos Materiales, que en la pasada campaña tenía un 1,7% de representación y este año sube hasta el 4,5%

dad mayoritariamente cultivada por octava campaña consecutiva. Este año con un 16,1%, un 15% menos que la pasada temporada y un 19,7% menos que en 2020-2021. De este modo, a pesar de continuar siendo la variedad más cultivada, se constata un importante descenso.

La variedad de Fresas Nuevos Materiales SA, Rociera, se mantiene en segundo lugar del ranking con un 13,5%, un 3% menos de la campaña anterior (16,5%). Este tipo de fresa también muestra un descenso en su representatividad pero más suave que el de Fortuna. Otras variedades de este programa, como Primoris están por debajo del 0,5%, Rabida y Candy presentan un 1,5% y un 1,3%, respectivamente. Por el contrario, se constata una importante subida en el caso de la variedad Marisma, que en la pasada campaña, su primer año de presencia comercial, tenía un 1,7% de representación y este año sube hasta el 4,5%.

Las variedades exclusivas de Plant Sciences (entre las que destaca Inspire) constituyen la tercera representación varietal esta campaña, como ya lo hacían en la pasada. Este año la presencia en cultivo está en el mismo porcentaje que en 2021-2022, un 9%. Victory, la otra variedad importante de este programa, y que hasta no hace mucho tiempo estuvo también incluida en el grupo de especies exclusivas, ha presentado este año un ligero aumento que confirma la importante subida de la temporada pasada respecto a la anterior. Este año representa el 6% mientras la anterior supo-

G 50 Años Vistiendo la Fruta
ERVISAN/SA.
Artes Gráficas

Pol. Ind. Masía de Juez • Calle Els Moliners, 12 • 46900 TORRENT, Valencia
comercial@embalajesgervisan.com • www.embalajesgervisan.com

Tel.: +34 96 155 00 21

• CUBRE cajas Polietileno • Flow pack • Cubre cajas OPP con adhesivo • Forros - Cubrefondos.

Cubres para todo tipo de Cajas de Fresas. **CONSULTENOS**
TAMBIÉN CON MATERIAL BIODEGRADABLE.



Las variedades exclusivas de Plant Sciences (entre las que destaca Inspire) constituyen la tercera representación varietal esta campaña, como ya lo hacían en la pasada

nía el 5,2% y en 2020-2021 este valor no llegaba al 2,5%.

La variedad Calinda, del programa de Fresh Forward Inc, baja un poco su presencia. En la actualidad este valor es del 5,6%, mientras en el ejercicio pasado fue del 6,2% y en los dos años anteriores del 5,4% y 4,9%. Esta temporada destaca la aparición de otra variedad de este programa, Fandango, con un 1,2%.

Por otra parte, y tal como se constata en las últimas campañas, continúa el aumento de la variedad Palmerita de Masiá Ciscar SA, que pasa de un 5% en la campaña 2020-2021 a un 6,1% en el pasado ejercicio y a un 6,5% en el actual. Además de Palmerita, la variedad Leticia va adquiriendo más protagonismo en este auténtico abanico varietal con el que cuenta el sector fresero onubense. Leticia acaparaba una presencia del 1,2% en 2020-2021, en 2021-2022 subió hasta el 2,8% y en la actual campaña ha alcanzado el 4,7%. Por último, la variedad Leyre solo alcanza el 1%.

Como se ha mencionado anteriormente, cabe destacar el aumento del número de variedades que en esta campaña se encuentran entre el 1,5-10% de presencia. Si bien en la temporada pasada se contaban nueve variedades en este intervalo, en la presente el número sube hasta 13. En este grupo destacan cinco variedades, dos de las cuales, Marimbella y Limavalnera, eran citadas en el documento de estimación de la campaña pasada, y otras tres que han aparecido como novedades, Red Sayra, Felicity y Shayda.

Marimbella, del programa italiano de Nova Siri Genetics SRL, estuvo presente hace dos campañas con un porcentaje menor al 1%, la pasada temporada este valor subió al 3% y en la presente ha vuelto a aumentar hasta el 4,2%.

Limavalnera, del programa de Limgroup BV, también tuvo presencia la pasada campaña y la anterior, como Marimbella, con valores entre el 1% y el 1,6%. Este año el valor presencial ha aumentado hasta el 2,3%.

Red Sayra y Shayda, del programa de Planasa SA y del programa del Consorzio Italiano Vivaisti, respectivamente, han aparecido por primera vez con valores superiores al 1% en el escenario varietal onubense. La primera de ellas con una representación de 3,6% y la segunda con un 1,8%. El caso de Felicity, del programa de la Universidad de Florida, es similar al de estas dos variedades y muestra en esta campaña una presencia del 2,7%.

Por último, en el grupo de las variedades que se encuentra entre 1% y el 1,5%, destacan dos novedades de esta campaña, Candela del programa de Innofru SL y Arwen del programa de Berries del Oeste SL

PROGRAMAS

Los programas de la Universidad de Florida y de Fresas Nue-



Las nuevas variedades Red Sayra, Felicity y Shayda irrumpen como novedades en el informe sobre el reparto varietal de la campaña actual. / VALENCIA FRUITS

Los programas de la Universidad de Florida y de Fresas Nuevos Materiales continúan, una campaña más, destacando sobre los demás. Los dos programas suman un 39,9% del total, pero un 13,6% menos que durante la temporada 2021-2022

vos Materiales SA continúan, una campaña más, destacando sobre los demás en el conjunto del panorama fresero de la provincia de Huelva. El primero de ellos está basado casi por completo en la variedad Fortuna y tiene una presencia del 18,8% y, el segundo, con una representatividad del 21,1% en esta campaña, se posiciona como el programa con mayor participación en los campos onubenses. Los dos programas suman un 39,9% del total, un 13,6% menos que en la campaña 2021-2022.

A continuación aparece el programa de Plant Sciences con un 17,9%, valores muy parecidos a los del año pasado (17,1%). Este programa ha ralentizado un poco su crecimiento si tenemos en cuenta que en la campaña 2020-2021 mostraba un 14,5% y en la inmediatamente anterior a esta un 12,5%.

Del resto de programas destacan Masiá Ciscar SA, que alcanza actualmente el 12,4% (tuvo un 9,8% en 2021-2022 y un 7,0% en 2020-2021); Fresh Forward Inc, con un 7,2% frente al 6,9% del año pasado y el 5,7% de hace dos años; y Planasa SA y Nova Siri Genetics SRL, que presentan el mismo porcentaje de presencia respecto a la temporada precedente, un 5,9%.

En cuanto a estos dos últimos, Planasa SA ha experimentado una subida, pasando del 1,8% de la campaña pasada al 5,9% de este año, y Nova Siri Genetics SRL, por su parte, ha crecido del 4,9% al 5,9% durante esta campaña.

Por último, los programas de Limgroup BV, del Consorzio Italiano Vivaisti, de Innofru SL y de Berries del Oeste SL, han presentado un mayor aumento dentro del grupo de programas menos representados.

De este modo, el primero de ellos ha pasado del 1,6% registrado el año pasado al 2,3% de esta campaña, el segundo del 0,4% al 1,9%, el tercero del 0,9% al 1,4% y finalmente el cuarto del 0,1% al 1,3%.

Dentro del grupo de las variedades menos representadas, que se encuentran entre el 1% y el 1,5%, destacan dos novedades en esta campaña: Candela del programa de Innofru y Arwen del programa de Berries del Oeste

MAF RODA
AGROBOTIC

TU SOLUCIÓN LLAVE EN MANO



CHERRYWAY IV & CHERRYSCAN G7

- Exclusivo sistema patentado de rotación de 4 movimientos.
- Visibilidad de la superficie completa del fruto.
- Sistema de transición más suave con el fruto del mercado.
- Máxima precisión en el análisis de calidad.



MAF RODA
AGROBOTIC

rodasale@mafroda.es

Automatización | Tratamiento | Clasificación | Calibrado | Robótica | Packing

**OUR INNOVATION,
YOUR EFFICIENCY**

www.maf-roda.com

RAFAEL DOMÍNGUEZ / Gerente de Freshuelva

“La rentabilidad en campo se está estrechando llegando a su límite”

Los profesionales del mundo de la fresa y las berries están afrontando una de las campañas más complicadas de los últimos años. Aunque todas tienen su componente de incertidumbre y de incógnita, la temporada recién estrenada reúne nuevos inconvenientes que no ayudan al sector a mostrarse muy optimista. Con una cosecha definitivamente menor respecto al año pasado, desde Freshuelva, su gerente, Rafael Domínguez, confía en que esta caída sirva para elevar los precios en el mercado. Una subida necesaria ante una rentabilidad al límite y amenazada por ingentes costes.

ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cuáles son las previsiones desde Freshuelva para esta campaña de frutos rojos?

Rafael Domínguez. A priori, la campaña de la fresa tendría que finalizar con una producción similar a la del año pasado, puesto que se ha plantado el mismo número de hectáreas, solo un 2% más, al igual que en el arándano y en la mora. Por el contrario, se prevé un descenso en la producción de la frambuesa a causa del descenso en el número de hectáreas plantadas, debido principalmente a que la fuerte competencia de países terceros hace que este cultivo tenga problemas de rentabilidad. No obstante, confiamos en que el descenso en la producción sirva para elevar los precios en el mercado.

VF. ¿Cómo se ha ido desarrollando la campaña hasta la actualidad?

RD. Es cierto que, aunque todas las campañas tienen su componente de incertidumbre y de incógnita, en esta que acaba de comenzar se reúnen más inconvenientes que en los años anteriores, a pesar de haber pasado una pandemia. La sequía, la desmesurada subida de los costes de producción, la nueva normativa de residuos, envases o fitosanitarios, o la problemática de la mano de obra son algunos de ellos. Además, hemos tenido también una especial incidencia negativa de la climatología, que afectó por el excesivo calor a la plantación en octubre, obligando incluso a replantar en algunas parcelas hasta un 20% de las plantas, y que también está afectando desde principios de año por el excesivo frío, traduciéndose en un descenso de la producción de alrededor del 40% respecto a lo que llevábamos en el mismo periodo del pasado año. Confiamos en que el tiempo se suavice en las próximas semanas y podamos recuperar la producción, a unos precios adecuados,



Rafael Domínguez revela que Canadá, Brasil son mercados que se están consolidando, siendo China el siguiente reto. / VF

que nos ayuden a compensar el inicio de la campaña.

VF. Respecto al incremento de los costes, ¿cómo están afectando en la producción de frutos rojos?

RD. Es uno de los principales problemas a los que está teniendo que hacer frente el agricultor, que está asumiendo un incremento de los insumos que se sitúan en una media del 30% sin que este sobre coste pueda repercutirse en la venta. El margen de rentabilidad se está estrechando hasta llegar al límite.

VF. ¿Se está experimentando una escasez de recursos hídricos en esta campaña?

RD. Los niveles de agua en los pantanos de la provincia eran mínimos antes de las lluvias de noviembre, por lo que los agricultores onubenses estábamos cumpliendo y seguimos cumpliendo con unas restricciones de riego del 25% que, entendemos, se debe revisar en función de la nueva realidad, lo que evi-

“El futuro del sector pasa necesariamente por que se acometan las infraestructuras hidráulicas aprobadas e imprescindibles para los cultivos de regadío; por garantizar la mano de obra con la que poder recolectar y por garantizar la sostenibilidad de nuestras cosechas”

taría muchos problemas en esta campaña.

Por otro lado, lamentamos que, después de tantos meses sin lluvias, no podemos aprovechar toda la que se ha precipitado al no disponer de capacidad para ello. Esto sucede por no contar con las infraestructuras necesarias. Infraestructuras fundamentales como la Presa de Alcolea, que está aprobada, iniciada e incomprensiblemente parada sin que haya voluntad política de desbloquear esta obra que solucionaría muchos problemas de sequía en nuestra provincia, e incluso, en nuestra comunidad.

El mismo problema de parálisis y de falta de voluntad política lo tenemos también con el trasvase del Condado, también ya aprobado desde 2018 y que posibilitaría, además, aliviar mucho Doñana.

Nuestro sector de los frutos rojos pide lo que le corresponde por justicia y que es bueno para él y para toda la provincia.

Del mismo modo ocurre con el Túnel de San Silvestre, del que, después de mucho esfuerzo y de considerarse una infraestructura vital, esperamos que comience sus obras en las próximas semanas.

VF. Respecto a la exportación, ¿cuáles son los mercados principales a los que destinan frutos rojos?

RD. El principal mercado de destino de los frutos rojos sigue siendo el centro de Europa. Alemania, Francia, Reino Unido y Países Bajos, sobre todo en el caso del arándano, siguen siendo los principales receptores de berries onubenses.

VF. ¿Se tiene previsto abrir nuevos mercados?

RD. Estamos consolidando el mercado de Canadá para la fresa, así como el de Brasil para el arándano, que podría llegar a Canadá cuando se finalice toda la tramitación en la que estamos trabajando. Incluso se prevé abrir mercado en China, si conseguimos desbloquear los trámites administrativos paralizados por la pandemia hasta ahora.

VF. ¿En qué medida la presión de la competencia de terceros países está afectando al sector?

RD. Nos está haciendo mucho daño. Es una competencia desleal porque no se compite en igualdad de condiciones en un mercado europeo, que da facilidades a países terceros como Marruecos, que tienen unos costes de producción muy inferiores. Algo que les permite ser competitivos a unos precios que nosotros no nos podemos permitir, sobre todo con la inflación.

VF. ¿Cuáles son las perspectivas de futuro que se barajan?

RD. El futuro del sector pasa necesariamente por que se acometan las infraestructuras hidráulicas aprobadas e imprescindibles para nuestros cultivos de regadío. Al mismo tiempo, estamos trabajando por garantizar la mano de obra con la que poder recolectar nuestros frutos rojos y por garantizar la sostenibilidad de nuestros cultivos, adaptándonos a las nuevas normativas europeas que restringen el uso de fitosanitarios, sin olvidar la máxima calidad de nuestra fruta y sus cualidades nutricionales.

- Personalizables a todo color
- Tapa plástica (RPET/PLA Compostable)
- Formatos O plástico
- Cierres especiales
- Formatos termosellables
- Formatos 1.5 kgs



EJIDO CARTÓN®
www.ejidocarton.com

Especialistas en packaging ecológico.
Ecological packaging specialized.



Pol. Ind. La Redonda, 95 · 04710 Sta Mª del Aguila · El Ejido (Almería) SPAIN
T: +34 950 580 712 · F: +34 950 580 669 · M: comercial@ejidocarton.com



El consumidor está pagando entre seis y ocho euros por un kilo de fresas. / VF

El precio de la fresa se dispara desde el origen al consumidor

► VF. REDACCIÓN.

La organización agraria UPA Huelva reclama la realización de campañas de inspección, en el marco de la Ley de Cadena Alimentaria, para evitar la especulación de precios con la fresa y que el consumidor pague un 230% más por un kilo que lo que se paga al productor.

En un comunicado, la organización ha indicado que el Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía viene reflejando una caída en el precio de la fresa en origen desde principios de febrero, al pasar de los 3,02 €/kg a los 2,43 €/kg pagados de media, es decir, que el kilo de fresa ha disminuido de media en el último mes casi 60 céntimos de euro.

La organización agraria UPA Huelva pide más inspecciones para frenar la especulación

Sin embargo, UPA ha podido comprobar que los consumidores están pagando entre 6 y 8 €/kg de fresa en los lineales de los supermercados de distintos puntos de la geografía nacional, lo que supone un 229,2% de incremento de media sobre el precio que recibe el agricultor declarado en el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta.

En este sentido, la organización agraria ha explicado que la cadena de valor de la fresa desde el origen al destino no tiene un recorrido excesivamente complicado. Si el destino de la fresa es el mercado interior nacional, el producto va del campo a la cooperativa o almacén y de ahí —con porte pagado por los mismos agricultores— a la puerta de la gran superficie que compra y que la pone a disposición de los consumidores.

“En un momento en el que los precios son muy altos para el consumidor, el agricultor sigue sin tener unos precios justos y sigue con la incertidumbre sobre si la subida de sus costes de producción podrá ser repercutida en los precios que recibirá por la fresa”, ha destacado UPA.

Por ello, la organización agraria responsabiliza de esa diferencia entre lo percibido por el agricultor y lo que paga el consumidor a los intermediarios que tiene la cadena en alguno de sus eslabones y que especulan con el precio. Asimismo, ha reclamado el desarrollo de campañas de inspección específicas por parte de las administraciones y máximas sanciones a quién o quiénes incumplan la Ley de Cadena Alimentaria.

Maf Roda ofrece soluciones tecnológicas de automatización para la industria del arándano

El calibrador Berryway y el sistema Berryscan G7 permiten aumentar la capacidad productiva, la eficiencia y homogeneizar la calidad del producto final

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El consumo del arándano continúa creciendo, especialmente en EEUU y Europa, convirtiéndolo en un mercado con gran potencial. Si a este aumento de la demanda le unimos el consiguiente incremento de la producción, la profesionalización y la exigencia en la calidad del fruto, nos encontramos con una necesidad imperante en los centros de procesado de arándanos de automatizar sus procedimientos para poder aumentar su capacidad productiva y cumplir así con la demanda del mercado.

Pero en este contexto, el crecimiento de la industria del arándano tiene varios frenos. Por un lado, la inestabilidad del mercado, especialmente en países del top ranking de productores como Perú, sobre lo que no tenemos capacidad de influir. Por otro, la escasez de mano de obra a nivel global que sufren todas las comercializadoras, un problema sobre el que sí tenemos capacidad de actuar y solventar con automatización.

Con alta demanda y la escasez de mano de obra, Maf Roda ofrece soluciones de automatización que cubren esta doble necesidad. Una tecnología de gran precisión y fiabilidad que permite aumentar la capacidad productiva, la eficiencia y la homogeneización en la calidad del producto final automatizando procesos. En el caso del arándano el corazón de la instalación



El sistema electrónico de calidad Berryscan G7. / MAF RODA



La compañía ofrece tecnología de gran precisión y fiabilidad. / MAF RODA

lo componen el calibrador Berryway y el sistema electrónico de calidad Berryscan G7.

PRECISIÓN Y FIABILIDAD

Estas dos tecnologías que ofrecen una gran precisión y un trato delicado del fruto son el resultado del trabajo de innovación del Grupo Maf Roda. Siempre con el cuidado del fruto en el proceso como bandera.

Su nuevo calibrador Berryway, diseñado para un mínimo impacto y transiciones suaves, consigue minimizar los golpes y conservar la pruina manteniendo la imagen de frescura en el producto final.

La combinación con los sistemas de análisis externo Berryscan e interno Insight logran una gran precisión en la detección de defectos y definición de la

calidad global del fruto para garantizar una experiencia gustativa homogénea a los consumidores. Estos dos sistemas de clasificación electrónica con cámaras multiespectrales son capaces de analizar una gran gama de defectos, como heridas frescas, blanduras o daños por insectos o firmeza, e incluso los niveles de azúcar (Brix) de cada uno de los frutos.

Este gran avance se traduce en un fruto envasado de mayor calidad. El productor consigue ofrecer al consumidor final un producto más premium en el lineal y, por tanto, tiene la posibilidad de posicionar su producto en un nivel de precio mayor.

Sin embargo, la automatización va más allá. El Grupo Maf Roda también ofrece soluciones de envasado que cumplen con las nuevas normativas de eliminación del plástico. Un ejemplo son sus llenadoras y pesadoras multiformato de cestas, cajas de cartón o de vaso que permiten a los almacenes adaptarse a la demanda de forma rápida y sencilla.

Actualmente, clientes de todo el mundo, como México, España, Estados Unidos, Sudáfrica, Rumania, Marruecos, Holanda, China o Perú, han probado esta tecnología de manera satisfactoria. Una solución para las comercializadoras de arándanos que se adapta perfectamente a las necesidades de cada cliente y variedad de arándano.

INFIA®



Infia Ibérica CENTRAL
Polígono S.P.I. 2, Parcela 5
Tel. 961 465 227
Fax. 961 465 152
infia@infia.es
46530 PUZOL - Valencia

Infia Ibérica ALMERÍA
Pol. La Redonda - Calle Bremen nº 4
Tel. 950 581 330
Fax. 950 581 140
almeria@infia.es
04700 EL EJIDO - Almería

Infia Ibérica HUELVA
Pol. Ind. San Jorge, Parcelas 113-119
Tel. 959 350 030
Fax. 959 530 171
huelva@infia.es
21810 PALOS DE LA FRONTERA - Huelva

www.infia.es

Infia reafirma su compromiso con el sector fresero onubense

Domingo Serrano, responsable del departamento de berries, señala que en estos tiempos difíciles la compañía sigue estando al lado del agricultor apoyándolo

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

En el envasado de frutas y hortalizas frescas, Infia es una de las firmas líderes a nivel internacional. Pionera en términos de innovación de productos y servicios, desde sus inicios su vocación productiva se ha centrado en la creación de soluciones avanzadas de packaging capaces de dar una respuesta eficaz y acertada a las necesidades de envasado, protección y valorización de los productos hortofrutícolas.

Con un amplia oferta de referencias para frutas y hortalizas, la fresa y las berries ocupan un lugar destacado. De hecho, en zonas como Huelva, Infia Ibérica es la principal suministradora del sector de los frutos rojos. Así lo confirma Domingo Serrano, su responsable de berries, al destacar que “más del 80% de las referencias de envases que demanda el sector llevan la firma de Infia”.

Entre los modelos más demandados, en los últimos años se aprecia “un incremento de los envases termosellados como los modelos K37, K62 o K28”, explica Serrano. Son cestas que incluyen el nuevo concepto de ventilación lateral denominado “concepto F”, desarrollado por el grupo. “Se trata de un sistema que mejora la ventilación de la bandeja, ayudando así a que el producto se preenfrie más rápido, ralentizando el proceso de maduración de la fruta y alargando así su vida útil”, explica Domingo Serrano.

■ UN RECURSO RENOVABLE

Bajo la premisa “el plástico es un recurso renovable que nunca debe desperdiciarse”, Infia



Infia es una de las firmas líderes a nivel internacional en envasado de frutas y hortalizas frescas. / INFIA

Bajo la premisa “el plástico es un recurso renovable que nunca debe desperdiciarse”, Infia trabaja sobre este concepto para diseñar productos sostenibles con vistas a desarrollar una verdadera economía circular

trabaja sobre este concepto para diseñar productos sostenibles con vistas a desarrollar una verdadera economía circular. Históricamente, la principal fuente

de material reciclado (R-PET) de la firma han sido las escamas de botella. En los últimos años la demanda, y por lo tanto el coste de este material, ha aumentado

drásticamente, ya que cada vez más fabricantes han empezado a utilizar R-PET, y esto supone una disminución de la oferta que continuará en un futuro próximo. Partiendo de estas prerrogativas y manteniéndose firme en los principios de ‘diseño para el reciclaje’ y ‘diseño para el medioambiente’, nace el proyecto *Tray-to-Tray (T2T)*, cuyo objetivo, tal como explica Domingo Serrano, es “diversificar nuestras fuentes de material reciclado y, al mismo

naturfresa

ESCANDELL
Frutas Escandell, s.a.
Mercabarna
Tel. +34 93 335 31 91
Fax +34 93 335 02 74
info@frutasescandell.com
www.frutasescandell.com

NO&CA

Fresas Diamante

sabor frescor salud vida

la mejor selección de variedades de fresón y berries

oscarotrega.biz

“Más del 80% de las referencias de envases que demanda el sector de los frutos rojos llevan la firma de Infia”

tiempo, cerrar el círculo: utilizar no solo escamas de botellas post-consumo, sino también escamas de bandejas postconsumo como segunda materia prima”.

Esto implica que sus productos al ser monomateriales pueden reciclarse innumerables veces, como las botellas, y reutilizarse para la fabricación de nuevos productos con alto valor añadido, evitando que se dispersen en el medioambiente. “Estamos trabajando con varios socios a lo largo de la cadena de producción para mejorar la calidad y aumentar la disponibilidad de R-PET procedente de bandejas, y esto se consigue en gran medida gracias al correcto diseño de las propias bandejas”.

■ LA CAMPAÑA ONUBENSE

Siendo el principal suministrador de envases termosellados en el sector de los frutos rojos onubenses, el contacto directo con el productor es constante y durante la temporada, prácticamente diario. Es por eso que conocen de primera mano las dificultades que está atravesando en esta campaña, marcada por los efectos de las adversidades climatológicas, el fuerte incremento de los costes, las restricciones en los tratamientos de suelo, la competencia de Marruecos o el nuevo impuesto sobre el plástico, que supone un nuevo aumento en sus gastos ya disparados. “Los productores onubenses nos transmiten su preocupación frente a una de las campañas más complicadas de los últimos años”, relata Serrano, y añade que “se espera una merma de producción debido a los fenómenos meteorológicos vividos y por las restricciones que Bruselas está imponiendo en los tratamientos de suelos con cada vez menos productos efectivos para mantenerlos en condiciones óptimas y proporcionar la cantidad y calidad que las tierras onubenses ofrecen”.

Con una temporada más corta en kilos, y más empresas de packaging intentando hacerse un hueco en Huelva, Serrano apunta que “habrá menos demanda de envases y esto supondrá menores ventas”. Pero algo que quieren transmitir desde la compañía es que “a pesar de estos tiempos difíciles, deseamos que al agricultor le salgan los números y pueda seguir produciendo, por lo que nuestro compromiso es estar a su lado apoyándolo”.

■ IMPUESTO AL PLÁSTICO

Si bien en estos últimos meses se aprecia una ligera reducción del precio de las materias primas, los costes energéticos no han variado y en el caso de España ahora hay que incluir la tasa impuesta al plástico. Una ley que desde Infia Ibérica, su responsable de berries considera, teniendo en cuenta cómo está el campo, “de inoportuna”. Serrano recuerda que “España es el único país europeo que ha aprobado esta ley frente a otros como Francia e Italia que han decidido no seguir adelante para no perjudicar más a sus sectores agrícolas”.



El Grupo de Contacto de la Fresa está constituido por representantes de asociaciones de productores y exportadores de Francia, Italia, España y Portugal. / FRESHUELVA

El sector fresero reclama la implicación de la UE para seguir siendo competitivos

Los productores de fresa reclaman reciprocidad efectiva para acceder a los mercados europeos en las mismas condiciones que los países terceros

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Grupo de Contacto de la Fresa, compuesto por integrantes de España, Francia, Italia y Portugal, se reunió a mediados de febrero en Huelva para analizar la presente campaña y las dificultades, problemas y retos a los que se enfrenta el sector. Según comunicaron tras el encuentro, “el incremento de los costes de producción, las adversidades climáticas y las exigencias de las normativas comunitarias y locales de fitosanitarios, a los que no tienen que hacer frente países terceros, provocan desajustes en los principales mercados de la fresa europea”.

Por ellos, los productores europeos coincidieron en reclamar reciprocidad y solicitan a la Unión Europea una mayor implicación para propiciar que sus productos accedan a los mercados europeos en las mismas condiciones que lo hacen los de los países terceros, de los que destacaron, además, que contribuyen a protagonizar promociones de fresa que “tiran los precios y desprecian la calidad de nuestro producto”.

En este mismo contexto, animaron a la Comisión Europea a acompañar la nueva normativa restrictiva de fitosanitarios de medidas alternativas “que ayuden al sector a cumplir y adaptarse a un nuevo marco normativo que tampoco es el que se exige a los países terceros. Un convenio exterior nunca puede ser mejor que el de los países miembros”, sentenció el gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez.

Los productores acordaron también trasladar a Grecia una invitación para sumarse y formar parte de este Grupo de Contacto de la Fresa, ya que se puso de manifiesto que otra de las consecuencias de la guerra de Ucrania es que, al cerrarse el mercado ruso, la fresa griega ha empezado a entrar con una importante presencia en los mercados centroeuropeos y supone una fuerte competencia para la fresa de países como Portugal o Italia.

El Grupo de Contacto de la Fresa realizó un análisis de campaña sobre la que Freshuelva, representante de España en este grupo de contacto, a través de Fepex, destacó que la pasada temporada se saldó con un descenso del 8,90% en las exportaciones, debido fundamentalmente a las adversidades climáticas sufridas al principio y al final del ejercicio. Respecto a la presente, señaló la estabilidad de las hectáreas plantadas, que se han incrementado en un 2%, y subrayó la gran incertidumbre con la que se afronta este ejercicio, que ya comenzó con problemas en la plantación porque las adversidades climáticas obligaron a replantar un 20% de las plantas.

Por su parte, el sector francés, encabezado por el responsable de la Asociación de Organizaciones de Productores de Fresa de Francia, AOP Fraise de France, Xavier Mas, apuntó las dificultades de la producción en la pasada campaña, que se saldó



Los representantes del sector se reunieron en febrero en Huelva. / FRESHUELVA

con 69.000 toneladas destinadas exclusivamente al consumo nacional, aunque cubriendo apenas un 55% de la demanda. Francia resaltó el “miedo” ante la incertidumbre de la presente campaña, en la que se mantienen estables las hectáreas de fresa plantadas.

La delegación italiana, formada por representantes de empresas y organizaciones como Fruitimprese, Italia Ortofrutta o Confragricoltura, Michela Ga-

limi, resaltó que, aunque aún no tienen las cifras de la temporada pasada, todo apunta a un descenso en las exportaciones, sobre todo en países como Alemania o Suiza por la fuerte competencia griega. Unos datos acompañados por un incremento del 25% en las importaciones, principalmente de fresa española, provocado por un descenso en la producción local a causa de las adversidades meteorológicas.

El sector de los frutos rojos está apostando por la diversificación con productos como la frambuesa, el arándano o la mora

Finalmente, la delegación portuguesa informó de que la campaña pasada de fresa se saldó en su país con una producción de 3.400 toneladas, con una disminución importante de la producción por las adversidades climáticas.

A pesar del importante incremento de hectáreas de fresas de los últimos años, Portugal destacó que sigue teniendo la necesidad de importar producto, sobre todo español, para atender a toda la demanda nacional. Los representantes portugueses incidieron en que la campaña pasada fue “muy complicada por el descenso de la producción, los costes más elevados y los mayores requisitos de los clientes”.

FRUTOS ROJOS

Por primera vez en este grupo, y según lo acordado en la reunión de 2022, se analizó la evolución de la producción de frutos rojos en los países miembros, y se puso de manifiesto una apuesta del sector europeo por la diversificación de otros productos como la frambuesa, el arándano o la mora, liderados por la producción española, que cuenta con varios años más de experiencia.

Junto a los profesionales de los cuatro países, también intervinieron en la reunión responsables de los ministerios de Agricultura de cada país, antes de que todo el grupo visitase una de las fincas de Fresón de Palos y comprobarán *in situ* cómo se produce la fresa en esta zona de la provincia de Huelva.

El Grupo de Contacto de la Fresa de Francia, Italia, España y Portugal está constituido por representantes de las asociaciones de productores y exportadores, entre ellos Freshuelva-Fepex y responsables de sus respectivas administraciones. Se reúne cada campaña, desde hace más de 20 años, y es uno de los grupos de contactos de producto creado en el marco del Comité Mixto de Frutas y Hortalizas, al que se han elevado las principales conclusiones de este encuentro.

¿Conoces Limvalnera?

Para obtener más información, por favor contáctanos: limvalnera@limgroup.eu



www.limgroup.eu

Unleashing plant potential

Limgroup

SJOERD GIPMANS / Responsable de ventas de variedades de fresa de Limgroup

“Nuestras fresas son buenas para productores y consumidores”

Limvalnera, Limalexia y Limadela son las tres variedades de fresa que ha desarrollado la firma Limgroup. Las tres cubren las zonas de producción del arco mediterráneo y el noroeste de Europa, siendo Limvalnera la variedad de y para España. Gracias a su desarrollo genético y servicios pioneros, Limgroup ofrece fresas producidas de forma sostenible, resistentes, productivas, firmes, con sabor y color, cumpliendo así con las expectativas tanto de los productores como de los consumidores.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. El espárrago ha sido tradicionalmente el producto “estrella” de Limgroup, pero ¿cómo y cuándo comenzó su trabajo como obtentor en fresa?

Sjoerd Gipmans. Fue en 2009 cuando Limgroup inició su actividad como obtentor de fresas, buscando variedades nuevas tanto a través de la mejora clonal como a partir de semillas.

VF. *Limvalnera, Limalexia y Limadela son las tres variedades que Limgroup ha desarrollado. ¿Cuáles son las particularidades de estas tres fresas?*

SG. Empezando por Limvalnera, se trata de una variedad de y para España, aunque también tiene muy buen desarrollo en Italia, Grecia y Marruecos. Es una fresa muy precoz con una buena postcosecha. Su color externo es de un rojo brillante mientras en el interior es rojo medio y no tiene cavidad. Además, se caracteriza por su firmeza.

Por su parte Limalexia es la primera variedad de fresa de Limgroup. Su producción es buena en las zonas del noroeste de Europa y se cultiva perfectamente tanto a campo abierto como bajo invernadero. Es una variedad con buen sabor, calibre grande, alto rendimiento en campo y plantas resistentes.

En cuanto a Limadela, destacar que su cultivo es adecuado también para el noroeste de Europa, concretamente en los meses de otoño e invierno. Se caracteriza por su excelente sabor, altos porcentajes de calibres categoría 1 y por producir fruta de calidad premium y brillantes. Conserva su color rojo y su sabor incluso en climas con menos horas de sol y son plantas fuertes.

VF. *¿Qué podemos decir de la capacidad de adaptación de estas tres variedades a las diferentes zonas de producción, estaciones y modelos de cultivo?*

SG. Tal y como he mencionado anteriormente, las tres variedades cubren las zonas de producción del arco mediterráneo y el noroeste de Europa, pudiendo cultivarse en las temporadas extratempranas o en los meses de otoño e invierno. Esta adaptabilidad de las variedades Limgroup se logra gracias a los programas de mejora que tenemos tanto en los Países Bajos como en España. Así nos aseguramos de obtener variedades aptas para ambas zonas climáticas.

VF. *Centrándonos en España y más concretamente en la provincia de Huelva, ¿qué ventajas ofrecen estas variedades a los freseros españoles?*

SG. La variedad que Limgroup ha desarrollado específicamente para el clima Mediterráneo y por ende para Huelva es Limvalnera, tal como he comentado anteriormente. Entre las ventajas que ofrece a los productores onubenses es que tiene una producción muy temprana con plantas sanas y un alto porcentaje de frutos de categoría 1. Asimismo, es una variedad con un alto nivel de grados Brix, muy buena calidad y excelente sabor. Desde Limgroup, estamos seguros de que Limvalnera es la solución para los agricultores que buscan precocidad, ya que la producción extra temprana (noviembre-diciembre) y temprana (enero-febrero) es muy superior a la media en el mercado onubense. Esto hace que los agricultores tengan unas ganancias superiores a principio de la campaña ya



Gipmans analiza las variedades que ofrece actualmente la firma. / LIMGROUP



Variedad Limvalnera. / LIMGROUP

que los precios de la fresa en ese periodo son bastante elevados en comparación al resto de la temporada.

VF. *Desde su introducción y llegada al sector fresero europeo, ¿cómo han sido aceptadas las tres variedades de Limgroup y cómo es su presencia en los diferentes países productores?*

SG. Nuestras variedades tienen una muy buena preferencia durante el periodo que están en el mercado. Por ejemplo, Limalexia es ya una de las principales variedades en la producción al aire libre en los Países Bajos y Bélgica, y cada vez más productores están aprendiendo a cultivarla bajo invernadero.

De Limadela se puede decir que continúa siendo una variedad muy nueva y, por el momento, la producción de otoño e invierno constituye un mercado realmente pequeño en el noroeste de Europa.

Y en cuanto a Limvalnera, esta variedad está creciendo muy rápido y el número de plantas se ha duplicado con respecto a las cifras del año pasado. Este crecimiento se ha dado en todos los países del arco mediterráneo, en España, Italia, Grecia y Marruecos, pero también vemos muy buenos resultados en nuevos países como Egipto y Turquía.

VF. *Ha mencionado España y la variedad Limvalnera. ¿Qué posición ocupa en el mapa varietal nacional?*

SG. Cuando hablamos de fresa en España, hablamos principalmente de Huelva, que es donde se concreta prácticamente su producción. Aquí también vemos un incremento muy bueno en comparación con el año pasado, con excelentes perspectivas de crecimiento de cara a la próxima campaña. Tomando como referencia el mapa varietal que realiza el Ifapa cada temporada, con la cuota de mercado de cada una de las variedades plantadas, Limvalnera representa en Huelva el 2,3%.

VF. *¿Están trabajando en nuevas variedades de fresa? ¿Qué parámetros utiliza Limgroup como referencia a la hora de desarrollar nuevas variedades?*

SG. En Limgroup creemos que uno de los aspectos más importantes es obtener plantas sanas, sin tanta dependencia de productos químicos. Pero también son muy importantes aspectos como el rendimiento, la vida útil, el sabor y la calidad de la fruta.

VF. *En el mundo de los frutos rojos, aparte de las fresas, ¿han estudiado la posible incursión en la producción de berries como arándanos, frambuesas o moras?*

SG. No, por el momento, ni a corto ni medio plazo tenemos previsto abordar la obtención de otras berries. Estamos centrados exclusivamente en fresa.

VF. *Como obtentor y distribuidor de fresas en España, ¿cuáles son los objetivos que se ha marcado Limgroup?*

SG. Cuando decidimos abordar el mercado español se hizo con el objetivo de contribuir a una buena vida en la tierra con nuestras variedades. Limgroup está convencida de que la agricultura y la horticultura intensivas, con conocimiento, son cruciales para una buena vida en la tierra. Nuestro trabajo se centra en aprovechar al máximo el potencial de las plantas. Y así reza nuestro lema: “Despertamos el potencial de las plantas”. Esto se logra desarrollando genéticas y servicios pioneros, que dan como resultados variedades de espárragos y fresas producidas de forma sostenible, buenas para los productores, los consumidores y las generaciones futuras.

8º CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS

Huelva, 20 y 21 junio 2023
Palacio de Congresos. Casa Colón.

El encuentro profesional más importante del sector de los frutos rojos:

- Conferencias
- Zona Expositiva
- Presentaciones comerciales

Más información:
www.congresofrutosrojos.com
www.freshuelva.es

Organiza: **FRESHUELVA**

Patrocinador Principal Exclusivo:

Fundación CAJA RURAL DEL SUR

Patrocinadores Institucionales:

AYUNTAMIENTO DE HUELVA

DIPUTACIÓN DE HUELVA

Junta de Andalucía

extenda